

Editorial

Javier Marzal Felici
Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad
Universitat Jaume I

Andreu Casero Ripollés
Profesor Titular de Periodismo
Universitat Jaume I

Como es bien sabido, vivimos en la era de la convergencia de medios, profundamente marcada por el enorme impacto que ha provocado la irrupción de las tecnologías digitales en el campo de la comunicación. La comunidad científica y, por supuesto, el propio mundo profesional, están haciendo un gran esfuerzo por analizar y comprender la nueva ecología de los medios de comunicación en el escenario de la digitalización. En el debate sobre la naturaleza de este fenómeno, creemos que merece la pena recordar la definición que nos ofrece Jenkins, para quien la *convergencia mediática* se puede entender como «el flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas, dispuestas a ir casi cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento. *Convergencia* es una palabra que logra describir los cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales en función de quienes hablen y de aquello a lo que crean que están refiriéndose» (Jenkins, 2008: 14). En definitiva, el fenómeno de la *convergencia mediática* se debe relacionar con el concepto de cultura participativa y la noción de inteligencia colectiva.

El fenómeno de la convergencia de medios se puede estudiar, principalmente, desde tres perspectivas complementarias: *desde el punto de vista tecnológico*, en un nivel primario, dado que la convergencia de medios es resultado de una serie de avances muy notables en el campo de las tecnologías digitales, ya que todo desarrollo tecnológico es fruto también de la ideología dominante de cada época, como han señalado, entre otros, José Ortega y Gasset (1969 [1939]), Jürgen Habermas (1999 [1984]), Lewis Mumford (1992 [1934]), Bertrand Gille (1999), Patrice Flichy (1993) o, especialmente, Ithiel de Sola Pool (1983); *desde*

el punto de vista industrial y cultural, en tanto que los discursos audiovisuales contemporáneos son fruto de una ideología dominante, que se puede reconocer en las formas de consumo que actualmente promueven las nuevas tecnologías o en la propia construcción y configuración del imaginario colectivo que se transparenta en la estructura del sistema comunicativo actual (Castells, 1997; Ramonet, 1998; Bustamante, 1998, 2002; entre otros); *desde el punto de vista discursivo, semiótico o estético*, en tanto que los nuevos discursos convergentes promueven la traslación de formas narrativas de unos a otros medios (Lister, 1997, 2009; Gubern, 1996, 2000; Company y Marzal, 1999; entre otros).

Un examen atento a la cuantiosa literatura especializada sobre la convergencia mediática en el último decenio permite tomar conciencia del hecho de que el medio radiofónico es uno de los que menos investigaciones ha suscitado en comparación con otros como la fotografía, la prensa, la publicidad, el cine o la televisión. En este nuevo número de *adComunica. Revista Científica sobre Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nos proponemos contribuir al mejor conocimiento de lo que viene sucediendo en el campo de la radiodifusión, al dedicar la sección Informe a la temática «Retos de la radio en los escenarios de la convergencia digital», un asunto de trascendental importancia, que ha sido coordinado por la Dra. Adelaida Bolea de Anta, Profesora Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Complutense de Madrid y el Dr. Pablo Ferrando García, Profesor Ayudante Doctor de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universitat Jaume I de Castellón, que ha dado como resultado la publicación de seis interesantes estudios en torno a la temática propuesta. Tras la pertinente introducción de los coordinadores de la sección, el bloque comienza con una revisión general sobre el estado de la cuestión por parte del Dr. Xosé Soengas Pérez, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidade de Santiago de Compostela, planteando algunos importantes interrogantes que la convergencia digital supone para la comunicación radiofónica. El investigador Andrés Barrios Rubio, de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, nos ofrece un análisis de la influencia de las redes sociales en la creación de contenidos y el establecimiento de una agenda radial en Colombia. Por otro lado, José María Huerta, investigador y ex Director Técnico de Radio Nacional de España, Rebeca Amieva de la Vega, investigadora, y la Dra. Adelaida Bolea, Profesora Titular de Comunicación Audiovisual y Publicidad, ambas de la Universidad Complutense de Madrid, nos ofrecen una detallada aproximación a los estándares digitales que se están consolidando en el campo de la radio, además de una completa revisión de los principales conceptos y problemáticas que implica la migración digital en el campo de la radio. Por su parte, la Dra. Teresa Piñeiro-Otero y el Dr. José Juan Videla Rodríguez, ambos investigadores de la Universidade da Coruña, muestran cómo el desarrollo de aplicaciones informáticas (*apps*) para seguir las emisiones de radio en dispositivos móviles está transformando de manera muy profunda las relaciones entre el medio y los oyentes. La investigadora y periodista Rosario Sacristán Salgado, el Dr. Miguel Ángel Ortiz Sobrino, Profesor Contratado Doctor de la Universidad

Complutense de Madrid y profesional de larga experiencia en Radio Nacional de España, y la Dra. Carmen Salgado Santamaría, Profesora Contratada Doctora también de esta universidad, nos proponen un examen del fenómeno de la convergencia digital en radio a través del análisis de la situación de la radio en Internet en el ámbito de Castilla y León. La sección se cierra con un análisis de la situación de las radios comunitarias en España en el contexto de la migración digital, realizado por Javier García García, de la Red de Medios Comunitarios, un profesional con una amplia experiencia en este campo profesional.

En definitiva, podemos comprobar que los trabajos publicados en la sección Informe con ocasión del estudio de los «Retos de la radio en los escenarios de la convergencia digital» nos proporcionan claves muy diversas para comprender las profundas transformaciones a las que se enfrenta el medio radiofónico en el escenario de la convergencia digital, desde las tres dimensiones antes aludidas.

La sección Otras Investigaciones, coordinada en esta ocasión por el Dr. César Fernández Fernández, Profesor Contratado Doctor de la Universitat Jaume I, recoge en este número algunas aportaciones de investigadores muy relevantes del panorama actual. El Dr. Ramón Zallo, Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad del País Vasco, nos propone un conjunto de lúcidas reflexiones sobre el estatuto de la comunicación y de la cultura en el seno de las democracias contemporáneas, profundamente convulsionadas por el actual escenario de la convergencia digital, desde una perspectiva crítica y analítica. Por su parte, el Dr. José Ignacio Aguaded Gómez, Catedrático de Educación y Comunicación, y la investigadora Dra. Jacqueline Sánchez Carretero, ambos de la Universidad de Huelva, nos presentan una interesante investigación sobre la relevancia de la formación práctica en medios audiovisuales y sus efectos en la competencia lectora y crítica de niños y jóvenes, a través de un estudio de campo serio y riguroso. El Dr. Antonio Sanjuán Pérez, la Dra. Natalia Quintas Froufe y la investigadora Sandra Martínez Costa, todos ellos de la Universidade da Coruña, nos presentan un interesante análisis de la percepción de la publicidad a través de las tabletas digitales, un tema de clara actualidad. La Dra. Bernadette Rey Mimoso-Ruiz, docente e investigadora en el Institut Catholique de Toulouse, realiza una original aproximación al estudio del cineasta Pier Paolo Pasolini, cuya actividad creativa y artística hunde profundas raíces en la lengua friulana, como forma de resistencia ante el poder. La sección Otras Investigaciones finaliza con una serie de reflexiones planteadas por los investigadores Anna Bajo Sanjuán, Marta González Álvarez y el Dr. José Luís Fernández Fernández en torno al concepto de *responsabilidad social* en relación con el de *empresa sostenible*, una temática de sumo interés, especialmente, en los tiempos que vivimos.

En este número, en la sección Tribuna: Investigación y Profesión, coordinada por el Dr. Roberto Arnau Roselló, Profesor Colaborador de la Universitat Jaume I, sección que constituye una ventana para la participación del mundo profesional en esta revista científica, han participado distintos profesionales del mundo de

la radio y del periodismo como Antonio Fernández Cuesta (Radio Nacional de España –RNE–), Juan Magraner Hernández (Cadena SER), Ignacio Marimón Andrés (RNE), Pilar Lluch y Nuria Monfort Sánchez, todos ellos periodistas con una amplia experiencia en el medio radiofónico y en el ejercicio de la profesión periodística. Creemos que esta sección es, sin duda, uno de los aspectos más originales de la propuesta editorial de *adComunica*, que sintoniza perfectamente con los principios programáticos de la Asociación para el Desarrollo de la Comunicación, principal editora de la revista.

Una vez más queremos expresar nuestro profundo agradecimiento a los investigadores y profesionales –autores, evaluadores, miembros de los comités científico y editorial, consejo profesional, consejo técnico y secretaría técnica de la revista–, que han participado en este número, y que, con su generosidad, están contribuyendo a consolidar este proyecto editorial que representa la revista *adComunica*, y que debemos extender también a los números anteriores, como no puede ser de otro modo. Por el momento, seguimos respondiendo puntualmente con la cita semestral en la publicación de la revista, tanto en la versión impresa como digital, en estos tiempos de tantas dificultades y estrecheces económicas, que nos obligan a trabajar con más intensidad que nunca. En efecto, creemos que en un mundo globalizado como el que vivimos es esencial que apostemos por la internacionalización: es por ello, que queremos anunciar que a partir de este momento se van a aceptar manuscritos que se presenten, además de en inglés, castellano/español o en valenciano/catalán, en otros idiomas de nuestro entorno cultural como portugués, francés o italiano, que serán evaluados por el amplio equipo de colaboradores de la revista, muchos de los cuales pertenecen al Comité Científico y Editorial y al Consejo Profesional. En caso de aceptarse la publicación del manuscrito presentado en otro idioma distinto al castellano/español, al valenciano/catalán o al inglés, tras la pertinente evaluación por pares ciegos, se pedirá a sus autores la preceptiva traducción profesional a una de estas lenguas. En la edición digital de la revista se podrán publicar los artículos en los idiomas disponibles.

Poco a poco, nuestro trabajo editorial y labor de difusión científica se va difundiendo cada vez más entre la comunidad de investigadores y profesionales de la comunicación. Como decíamos en el pasado número, el hecho de que *adComunica* haya sido indexada por índices y catálogos como DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas, dependiente del Consejo Superior de Investigaciones Científicas), RESH (Revistas Españolas de Ciencias Sociales y Humanidades, realizado por el Grupo de Investigación EC3 de Evaluación de la Ciencia y de la Comunicación Científica, de la Universidad de Granada, y el Grupo de Investigación de Evaluación de Publicaciones Científicas, del CSIC), y en la base de datos Latindex, sistema de información sobre revistas de investigación científica del ámbito latinoamericano, subraya que caminamos en la dirección correcta. A estas indexaciones y catalogaciones cabe añadir la reciente inclusión de nuestra revista en Dialnet

(fundación creada por la Universidad de La Rioja para la difusión de recursos y servicios documentales). Somos conscientes que queda mucho trabajo por hacer, y nuestro empeño es seguir trabajando para ir recabando progresivamente más apoyos y reconocimiento de la comunidad científica. Algo que sólo será posible mediante la participación de los lectores de la revista, a quienes sólo invitamos a participar activamente en el futuro. De nuevo, muchas gracias por vuestro apoyo.

Referencias

Bustamante, Enrique (1998). La sociedad de la información: Un largo camino de pensamiento utópico y crítico. En: Pablo Pons, Juan de y Jiménez Segura, J. (Coord.). *Nuevas tecnologías, comunicación audiovisual y educación*. Madrid: CEDECS.

Bustamante, Enrique (coordinador) (2002). *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.

Castells, Manuel (1997). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. 3 Volúmenes. Madrid: Alianza Editorial.

Company, Juan Miguel; Marzal Felici, Javier (1999). *La mirada cautiva. Formas de ver en el cine contemporáneo*. Valencia: Conselleria de Cultura de la Generalitat Valenciana.

Flichy, Patrice (1993). *Una historia de la comunicación moderna: espacio público y vida privada*. Barcelona: Gustavo Gili (1ª ed. 1991).

Gille, Bertrand (1999). *Introducción a la historia de las técnicas*. Barcelona: Crítica y Marcombo (1ª ed. 1978).

Gubern, Román (1996). *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. Madrid: Anagrama.

Gubern, Román (2000). *El eros electrónico*. Madrid: Taurus.

Habermas, Jürgen (1999) [1984]. *Ciencia y técnica como "ideología"*. Madrid: Tecnos.

Jenkins, Henry (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Lister, Martin (1997). "Ensayo introductorio" en Martin Lister (ed.): *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona: Paidós.

Lister, M. y Dovey, J. (2009). *New media: a critical introduction*. Londres y Nueva York: Routledge.

Mumford, Lewis (1992) [1934]. *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza.

Ortega y Gasset, José (1969) [1939]. *Meditación de la técnica*. Madrid: Revista de Occidente.

Pool, Ithiel de Sola (1983). *Technologies of Freedom*. Cambridge: Havard University Press.

Ramonet, Ignacio (ed.) (1998). *Internet, el mundo que llega. Los nuevos caminos de la comunicación*. Madrid: Alianza.

Referencia de este artículo

Marzal Felici, Javier y Casero-Ripollés, Andreu (2013). Editorial. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, no 5. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 11-16. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2013.5.1>